

GUIA DE COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

Instituto Chico Mendes de
Conservação da Biodiversidade



FICHA TÉCNICA

Realização:

Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit ("GIZ") e Instituto Chico Mendes de Conservação e Biodiversidade (ICMBio)

Elaboração:

Aganju - Consultoria em Impacto Social e ESG ("Aganju")

Este trabalho é desenvolvido no contexto do projeto "Parcerias para Inovações para a Proteção da Floresta Tropical na Amazônia Brasileira". O projeto é implementado em cooperação pelo Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima do Brasil e a Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, com apoio do Ministério Federal para a Cooperação Econômica e o Desenvolvimento (BMZ), no âmbito da cooperação Brasil-Alemanha para o Desenvolvimento Sustentável. Este documento foi elaborado por uma equipe de consultores independentes, no âmbito do trabalho de consultoria em comunicação estratégica. Sua construção contou com a participação de representantes da GIZ e do ICMBio, em parceria com a equipe da Aganju. Ressalta-se ainda que todo o processo foi conduzido em conformidade com princípios éticos e de confidencialidade, garantindo o tratamento responsável das informações compartilhadas e o respeito à integridade institucional e profissional das partes envolvidas.

Fotos de capa:

Acervo ICMBio (Brigadistas ICMBio: Camila Saldanha; Extrativismo: Miguel von Behr; Lençóis Maranhenses: Mario Barila); Jaguar: Ian Lindsay/Pixabay; Bromélia, água do mar e folha: Freepik.

EQUIPE TÉCNICA - AGANJU

Supervisora Técnica:

Leana Mattei

Especialista em Comunicação:

Taiane Nazaré

Designer:

Edileno Capistrano

EQUIPE TÉCNICA - GIZ

Assessoras Técnicas:

Fabiana Pirondi

Sônia Pereira

EQUIPE TÉCNICA - ICMBIO

Coordenadora Geral de Comunicação Social:

Luciana Bento

Assessor da Presidência:

Fernando Antônio Lyrio Silva

Coordenadora de Comunicação Social:

Francieli Barcellos de Moraes

Direitos de uso e reprodução:

Este material é de uso institucional do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). É vedada a sua comercialização total ou parcial, bem como a reprodução para fins que não estejam relacionados às atividades institucionais do ICMBio. A reprodução deste conteúdo é autorizada exclusivamente para fins educativos, informativos e de capacitação interna, desde que mantidas a integridade do texto, da identidade visual e dos créditos institucionais. Em caso de dúvida sobre o uso deste material, entre em contato com a Coordenação Geral de Comunicação Social (CGCS) do ICMBio.

Brasil, novembro de 2025.

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO **4**

OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO **5**

PRINCÍPIOS NORTEADORES **6**

ESTRUTURA DA COMUNICAÇÃO **7**

FLUXOS DE COMUNICAÇÃO **8**

IDENTIDADE INSTITUCIONAL **10**

PRINCIPAIS PÚBLICOS-ALVO **12**

CANAIS OFICIAIS **14**

RELACIONAMENTO COM PÚBLICOS
ESTRATÉGICOS **16**

COMUNICAÇÃO EM CONTEXTOS SENSÍVEIS **18**

MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO **20**

CAPACITAÇÃO E REDE DE COMUNICAÇÃO **22**

FAQ – PERGUNTAS FREQUENTES **24**

ANEXOS E MODELOS **26**



01

APRESENTAÇÃO

O **Guia de Comunicação Estratégica do ICMBio** é mais do que um manual: é um convite para fortalecer a rede responsável pela conservação da biodiversidade brasileira.

Como usar este guia?



Este guia foi criado para facilitar o trabalho da rede de comunicação do ICMBio, oferecendo orientações práticas e inspiração para o dia a dia.

- **Leia por inteiro e depois consulte por tema:** compreenda primeiro a proposta geral e, em seguida, acesse diretamente os capítulos que precisar.
- **Use na prática:** aproveite as dicas, instruções, modelos e fluxos para orientar suas ações.
- **Adapte à sua realidade:** as diretrizes são flexíveis e valorizam as especificidades regionais e culturais.
- **Colabore:** compartilhe experiências e sugestões — este guia é um instrumento vivo e coletivo.

Em cada região, bioma e Unidade de Conservação, há histórias, resultados e pessoas que fazem a diferença. Comunicar é transformar tudo isso em conexão com a sociedade — traduzindo a ciência, a gestão e o cuidado com a natureza em mensagens que inspiram **confiança e pertencimento**.

Este guia reúne orientações práticas, modelos e fluxos para que gestores, servidores, voluntários e parceiros comuniquem com propósito e coerência.

Padronizar sem engessar. Organizar sem perder a diversidade. Manter a coerência institucional. Fortalecer uma só voz, sem apagar as identidades de cada território.

O guia foi elaborado com base na Política Institucional de Comunicação do ICMBio, na instrução normativa vigente e em um processo de consultoria técnica que envolveu diagnóstico, escuta estratégica e plano operativo. Este documento representa a culminância desse processo, consolidando aprendizados e diretrizes para orientar a comunicação institucional de forma integrada, transparente e colaborativa.

Comunicar bem é parte do nosso trabalho. É também parte da nossa missão.

Conservar também é comunicar.





Foto: Rebeca Hoefler

OBJETIVOS DA COMUNICAÇÃO

02

A comunicação do ICMBio tem o papel de fortalecer a presença do Instituto, tornando suas ações e resultados visíveis para a sociedade e compreensíveis para diferentes públicos. O objetivo central é aproximar pessoas, territórios e saberes em torno da conservação da biodiversidade.

Os objetivos específicos são:

- **Ampliar a transparência e a credibilidade** das ações do Instituto, promovendo o acesso à informação pública.
- **Valorizar resultados e boas práticas**, dando visibilidade ao trabalho das equipes e parceiros em todo o país.
- **Apoiar a tomada de decisão**, oferecendo informações qualificadas para gestores, técnicos e sociedade.
- **Fortalecer o engajamento social**, estimulando a participação cidadã na agenda ambiental e nas Unidades de Conservação.
- **Prevenir crises de imagem** e combater a desinformação com comunicação responsável e coordenada.
- **Promover o alinhamento interno**, garantindo coerência entre as mensagens produzidas na sede e nas unidades descentralizadas.

A comunicação é, portanto, uma ferramenta de gestão e de diálogo social. Ela traduz o conhecimento técnico em linguagem pública, reforçando a legitimidade do ICMBio e ampliando o reconhecimento de seu papel na conservação da biodiversidade brasileira.

03

PRINCÍPIOS NORTEADORES



Com base na Política Institucional do ICMBio, a comunicação é guiada por princípios que refletem sua missão institucional e o compromisso com o interesse público. Esses princípios devem orientar o trabalho diário de servidores e gestores, garantindo coerência, ética e credibilidade em todas as ações.

- **Comunicação pública e cidadã** – A comunicação é um direito. Todas as informações devem ser compartilhadas de forma acessível, inclusiva e transparente, em linguagem clara e compreensível para a sociedade.
- **Transparência e ética** – A atuação deve pautar-se pela verdade dos fatos, pelo respeito às pessoas e pela responsabilidade no uso das informações.
- **Alinhamento com a missão institucional** – Cada ação de comunicação deve reforçar o nosso propósito: Cuidar da Natureza com as Pessoas.
- **Inclusão e diversidade** – A comunicação deve reconhecer e valorizar a pluralidade cultural do país, respeitando povos indígenas, comunidades tradicionais e diferentes formas de expressão.
- **Responsabilidade socioambiental** – Toda ação comunicacional deve contribuir para a sustentabilidade e o fortalecimento da consciência ambiental.



Foto: Leonardo Milano

04

ESTRUTURA DA COMUNICAÇÃO

A comunicação do ICMBio é coordenada pela **Coordenação Geral de Comunicação Social (CGCS)**, área diretamente vinculada à Presidência do órgão e responsável por estruturar, orientar e assegurar a coerência da voz institucional em todo o país. Cabe à CGCS definir diretrizes, planejar e coordenar campanhas e ações de comunicação, conduzir a relação com a imprensa e gerir os canais digitais do Instituto.

Nas unidades descentralizadas, o trabalho é fortalecido pelos **pontos focais de comunicação**, servidores que atuam como elo entre as equipes locais e a CGCS. Eles colaboram na produção e disseminação de informações, registram boas práticas e ajudam a manter o alinhamento das mensagens e da identidade institucional.

Gestores e dirigentes atuam como porta-vozes em temas estratégicos e devem seguir as orientações da CGCS quanto a entrevistas, notas oficiais e posicionamentos públicos. Essa integração garante que as informações sejam transmitidas de forma precisa, ética e uniforme, reforçando a credibilidade do Instituto.

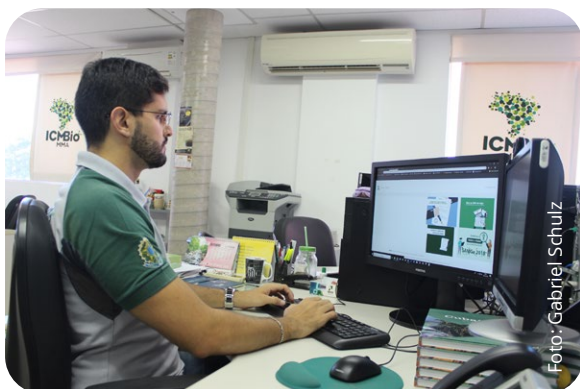


A governança da comunicação no ICMBio é descentralizada na prática, mas unificada nos princípios e diretrizes. Cada gestor tem papel ativo na forma como o Instituto se comunica — seja produzindo conteúdos, compartilhando informações ou representando o órgão em interações com o público. Manter essa rede conectada é o que assegura o fortalecimento institucional do ICMBio, ampliando sua referência em conservação da biodiversidade, sem apagar as identidades de cada território.

05

FLUXOS DE COMUNICAÇÃO

A comunicação eficiente depende de clareza nos caminhos que a informação percorre dentro do ICMBio. Ter fluxos bem definidos evita ruídos, retrabalhos e garante que as mensagens sejam publicadas com qualidade, coerência e agilidade.



Os fluxos de comunicação organizam como uma demanda nasce, é analisada, validada e divulgada. Seja uma solicitação de divulgação, um atendimento à imprensa ou a publicação de uma campanha institucional.

Como funcionam os fluxos

1

Origem da demanda: Toda solicitação de apoio em comunicação (cobertura de evento, divulgação de ação ou atividade, produção e impressão de material, publicação no site ou nas redes).

2

Análise e alinhamento: O ponto focal/chefe da unidade/gestor avalia a pertinência. Verifique se há informações completas antes de repassá-las à CGCS, quando necessário, para orientação, aprovação ou apoio técnico.

- **Atenção:** demandas simples devem ser formalizadas através do comunicacao@icmbio.gov.br; Assuntos mais complexos devem ser enviados via processo no SEI.

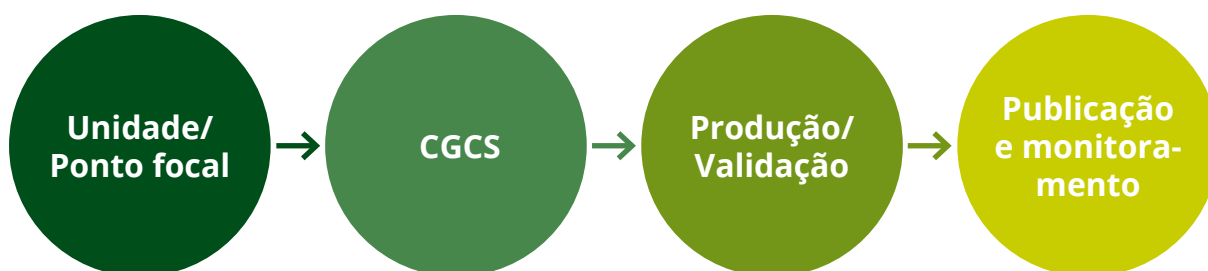
3

Produção e validação: Após o alinhamento, o conteúdo é produzido conforme as diretrizes de linguagem e identidade institucional. Antes da publicação, conteúdos de alcance regional, nacional ou de temas sensíveis, devem passar por revisão técnica pela área competente e validação da CGCS.

4

Publicação e monitoramento: A publicação é feita nos canais oficiais (tais como site, intranet, redes sociais) ou imprensa, conforme a natureza da informação. Depois, os resultados e repercussões devem ser acompanhados e registrados.

Fluxo padrão de comunicação

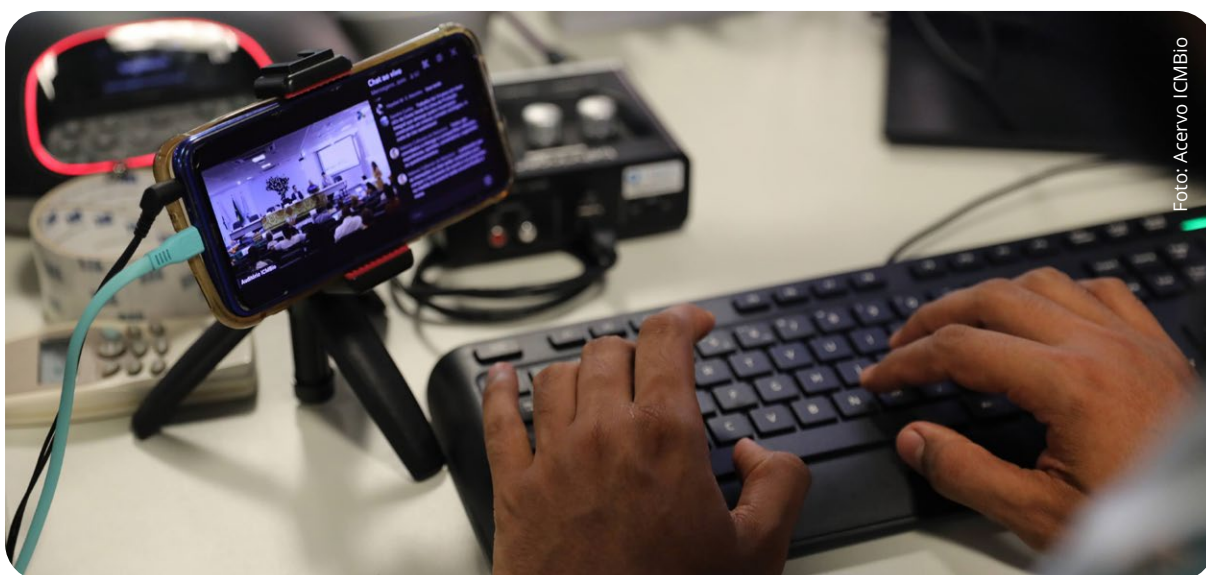


Checklist antes de enviar sua demanda

- ✓ O conteúdo tem informações completas (o quê, quando, onde, quem, por quê)?
- ✓ O texto está revisado e segue o padrão institucional?
- ✓ As imagens estão autorizadas e identificadas (pessoas envolvidas, contexto, local, créditos ao autor da fotos, etc)?
- ✓ As imagens estão em alta resolução? As fotos precisam ser enviadas por e-mail, como anexo, ou através de um link em um drive para não perder qualidade.
- ✓ O prazo solicitado é compatível com o cronograma da CGCS?



Demandas urgentes ou temas sensíveis devem ser comunicados imediatamente à CGCS, antes de qualquer divulgação local.



06

IDENTIDADE INSTITUCIONAL



A identidade institucional é o que garante que o ICMBio seja reconhecido em qualquer canal, formato ou unidade. Ela expressa não apenas a aparência visual da instituição, mas também sua forma de se comunicar: clara, ética e conectada à missão de conservar a biodiversidade brasileira. Manter a unidade visual e de linguagem é essencial para reforçar a credibilidade do Instituto e fortalecer o vínculo com a sociedade.

As regras de uso da marca e captação de uso de imagens são regulamentadas por instruções normativas e devem ser seguidas à risca. Confira a seguir algumas orientações de ordem prática.

Elementos de identidade



Marca e assinaturas: Use sempre a logomarca oficial do ICMBio acompanhada das marcas do Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima e do Governo Federal; Nunca altere proporções, cores ou tipografia; Consulte o [Manual de Identidade Visual](#) antes de produzir qualquer material.



Tom de voz: A linguagem institucional deve ser **educativa, próxima e confiável**. O ICMBio comunica ciência e conservação, mas com linguagem acessível, que aproxima o cidadão do tema ambiental.



Catálogo de Marcas do ICMBio: O uso correto das logomarcas do ICMBio e das marcas associadas deve seguir as orientações do [Catálogo de Marcas do Instituto Chico Mendes – 3ª edição \(2025\)](#). O documento reúne as versões atualizadas dos logotipos, suas aplicações e regras de uso em materiais institucionais e de parceiros

Certo (✓)	Errado (X)
Usar o logo com proporções originais	Distorcer, refazer, alterar cores, fontes e formas ou aplicar sobre fundo poluído
Aplicar tipografia e cores oficiais	Misturar fontes ou paletas não institucionais
Revisar o conteúdo antes da divulgação	Publicar materiais com uso de logo sem validação da CGCS



Sempre que tiver dúvida sobre a aplicação da marca ou da linguagem visual, consulte o ponto focal de comunicação da sua unidade ou a Coordenação Geral de Comunicação Social.

Antes de divulgar qualquer material com logomarca

- ✓ Verifique a padronização visual;
- ✓ Confirme o uso correto dos logos;
- ✓ Garanta legibilidade e acessibilidade para que seja um material inclusivo, com fontes e cores de fácil leitura;
- ✓ Solicite validação final à CGCS sobre aplicação de logomarcas.

Captação e Uso de Imagem em Unidades de Conservação

O que pode:

- Fazer registros fotográficos e audiovisuais em áreas abertas à visitação, durante o horário normal de funcionamento, sem alterar a rotina da unidade;
- Utilizar as imagens para fins pessoais, educativos, científicos, culturais ou jornalísticos, desde que sem finalidade comercial;
- Solicitar apoio da unidade para atividades simples de captação, quando compatíveis com a rotina operacional;
- Citar o ICMBio e a Unidade de Conservação nos créditos das imagens ou produções, sempre de forma respeitosa e fidedigna.

O que não pode:

- Fazer gravações em áreas restritas ou fora do horário de visitação sem autorização prévia;
- Realizar captação com fins comerciais (publicidade, campanhas, produtos ou marcas) sem a autorização formal do ICMBio;
- Montar estruturas, cenários, equipamentos ou bloquear acessos sem autorização específica;
- Usar imagens de Unidades de Conservação para fins que contrariem os objetivos de conservação ou possam comprometer a integridade do patrimônio natural e cultural.

IMPORTANTE: Para casos que alterem a rotina de visitação, envolvam áreas fechadas ou tenham caráter comercial, é obrigatória a Autorização Especial para Captação de Imagem. Consulte a [Instrução Normativa nº 12/2025/GABIN/ICMBio](#). Solicite [autorização especial para captação de imagem em unidade de conservação](#).

07

PRINCIPAIS PÚBLICOS-ALVO



A comunicação do ICMBio dialoga com diferentes públicos, internos e externos, que se conectam ao Instituto por papéis e interesses diversos os quais foram definidos a partir da Política Institucional de Comunicação e diagnóstico, estratégia e plano operativo. Conhecer essas audiências e ajustar a linguagem, o formato e o canal é o que garante clareza e efetividade na mensagem.

Públicos Internos

Quem são: servidores, gestores, terceirizados, brigadistas, voluntários e bolsistas.

Objetivo da comunicação: promover alinhamento institucional, fortalecer o senso de pertencimento e facilitar o fluxo de informações entre a sede e as unidades.

Temas principais: diretrizes institucionais, resultados, campanhas internas, capacitações, segurança e boas práticas.

Canais ideais: intranet, comunicados internos, boletins eletrônicos e grupos institucionais.

Públicos Externos

Quem são: comunidades locais, parceiros institucionais, imprensa, pesquisadores, órgãos públicos e sociedade em geral.

Objetivo da comunicação: dar visibilidade às ações do Instituto, promover engajamento e fortalecer a confiança pública nas políticas de conservação.

Temas principais: biodiversidade, manejo e pesquisa, educação ambiental, turismo sustentável, direitos de povos e comunidades tradicionais e resultados de gestão.

Canais ideais: site Gov.br/ICMBio, redes sociais oficiais, imprensa e materiais educativos.

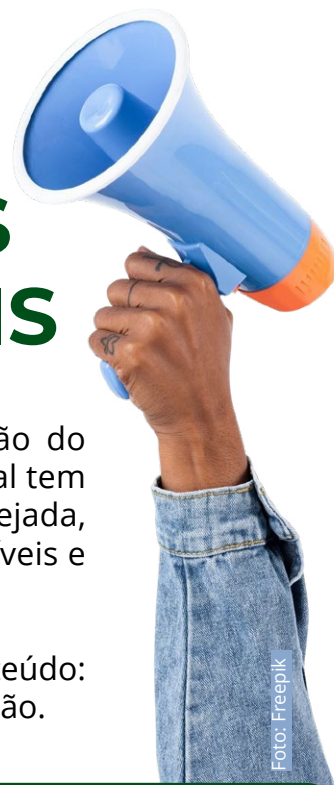


Público	Linguagem	Canal	Exemplo de ação
Público interno (servidores, gestores e pontos focais)	Clara e colaborativa	Intranet, e-mails institucionais, boletins, reuniões e grupos de trabalho	Comunicados internos, campanhas institucionais, informativos sobre resultados e capacitações
Comunidades locais	Acessível e respeitosa	Reuniões presenciais, rádios locais	Divulgação de projetos de base comunitária
Imprensa	Clara e técnica	Assessoria, site	Entrevistas, notas oficiais
Parceiros institucionais	Estratégica e colaborativa	E-mail institucional, reuniões	Lançamentos, eventos, campanhas conjuntas
Sociedade em geral	Educativa e inspiradora	Redes sociais, site	Campanhas nacionais de conservação

Independentemente do público, toda comunicação do ICMBio deve ser **inclusiva, acessível e coerente** com a missão do Instituto. A escolha de canais e formatos deve priorizar a clareza, o diálogo e a conexão com o cidadão.



08 CANAIS OFICIAIS



Os canais oficiais são as principais vias de comunicação do ICMBio com seus públicos internos e externos. Cada canal tem um propósito específico e deve ser usado de forma planejada, garantindo que as mensagens sejam consistentes, acessíveis e alinhadas à identidade institucional.

A escolha do canal certo é tão importante quanto o conteúdo: ela define a velocidade, o alcance e o impacto da informação.

Canais internos (principais meios)

- **Intranet:** ambiente principal para avisos, normativas e comunicados de interesse institucional.
- **E-mail institucional:** usado para comunicados corporativos, mensagens da Presidência e trocas entre áreas e unidades.
- **Canal de WhatsApp:** atualizações rápidas, como informes e normativas.
- **Cartazes, murais:** aviso sobre mudanças de processo, atividades entre departamentos, avisos de alteração na rotina do servidor, etc.
- **Reuniões e grupos institucionais:** presenciais ou online (como grupos do Teams) para alinhamentos operacionais e de equipe.

Quando usar cada canal

Canal	Ideal para	Frequência recomendada
Intranet	Comunicados gerais e documentos	Atualização diária
E-mail	Demandas diretas e confirmações	Conforme necessidade
Canal WhatsApp (grupos institucionais)	Ideal para comunicados rápidos e ações de mobilização, como enquetes, convites, chamados para ações.	Conforme necessidade, com uso moderado
Cartazes e murais	Divulgação de avisos, campanhas e informações de interesse local nas unidades	Conforme necessidade
Reuniões	Alinhamentos operacionais	Conforme cronograma

Canais externos (principais meios)

- **Portal Gov.br/ICMBio:** canal oficial de informações institucionais, notícias e serviços públicos.
- **Redes sociais:** espaço de diálogo com a sociedade, divulgação de ações e campanhas.
- **Imprensa:** relação mediada pela CGCS, com foco em pautas de interesse público e transparência.
- **Eventos e campanhas:** oportunidades de contato direto com comunidades, parceiros e sociedade.

Tom e formato ideais por canal

Canal	Linguagem	Conteúdo típico
Gov.br	Institucional, objetiva	Notícias, informes oficiais, resultados
Redes sociais	Acessível, educativa	Campanhas, curiosidades, datas ambientais
Imprensa	Técnica e precisa	Releases, notas oficiais, entrevistas
Eventos	Participativa e inspiradora	Educação ambiental, parcerias, celebrações

Diretrizes gerais

- Todos os canais oficiais devem seguir as diretrizes da **Política de Comunicação** e da **Identidade Visual do ICMBio**;
- Mensagens que tratem de temas sensíveis, crises ou posicionamentos institucionais devem ser validadas pela **Coordenação Geral de Comunicação Social** antes da divulgação;
- Cada unidade é responsável por manter seus canais atualizados, garantindo informações corretas e acessíveis.

Comunicação oficial é compromisso público.

Antes de publicar, pergunte: *essa mensagem representa o ICMBio de forma clara, responsável e verdadeira?*



Foto: Geyson Paiva



Foto: Rebeca Hoefler

RELACIONAMENTO COM PÚBLICOS ESTRATÉGICOS

O relacionamento com públicos estratégicos é parte essencial da atuação do ICMBio. Ele fortalece a imagem institucional, amplia o alcance das ações de conservação e estimula parcerias que tornam o trabalho do Instituto mais visível e colaborativo.

Esses públicos incluem **comunidades locais, imprensa, órgãos parceiros, instituições de pesquisa, empresas com projetos socioambientais e organizações da sociedade civil**. Cada um demanda uma forma específica de diálogo, mas todos exigem clareza, respeito e coerência com a missão institucional.

Dicas úteis:

- Responda sempre com cordialidade e objetividade.
- Valorize o papel de cada parceiro e reconheça contribuições.
- Mantenha registros das interações (e-mails, atas, contatos).
- Encaminhe à **Coordenação-Geral de Comunicação Social** qualquer solicitação de imprensa ou comunicação sensível.

Como construir um bom relacionamento

1

Mantenha o diálogo contínuo

O relacionamento não deve acontecer apenas em momentos de necessidade. É importante comunicar resultados, projetos e avanços de forma regular, criando vínculos de confiança.

2

Adapte a linguagem

Cada público tem um nível diferente de familiaridade com os temas ambientais. Ajuste o vocabulário, o tom e os exemplos para que a mensagem seja compreendida.

3

Valorize as parcerias locais

Nas Unidades de Conservação, o diálogo com comunidades, cooperativas e associações é fundamental para o sucesso das ações de conservação.

4

Atue com transparência

Compartilhe informações de forma aberta e responsável, garantindo que todos compreendam o papel do ICMBio e o propósito de cada ação.

Públicos e formas de relacionamento

Público	Forma de relacionamento	Canal principal	Exemplo prático
Comunidades locais	Escuta ativa e reuniões periódicas	Encontros presenciais, rádios locais	Apresentação de resultados de manejo
Imprensa	Atendimento ágil e profissional	Mediação pela CGCS	Entrevistas, notas oficiais
Parceiros institucionais	Cooperação técnica e divulgação conjunta	Reuniões, e-mails, eventos	Lançamento de programas ambientais
Academia e pesquisadores	Compartilhamento de dados e resultados	Publicações, eventos científicos	Divulgação de pesquisas sobre UCs
Sociedade em geral	Educação ambiental e engajamento	Redes sociais, campanhas	Datas ambientais e ações educativas



Toda interação externa reflete a imagem institucional do ICMBio. Um bom relacionamento se constrói com consistência: comunicar de forma acessível, respeitosa e colaborativa é também conservar.

10

COMUNICAÇÃO EM CONTEXTOS SENSÍVEIS

Alguns temas e situações exigem atenção redobrada na comunicação institucional. Questões que envolvem crises ambientais, conflitos locais, acidentes, emergências, comunidades tradicionais, mortes, fiscalização ou informações de forte repercussão pública devem ser tratadas com cuidado, precisão e responsabilidade.

O objetivo neste tipo de comunicação é proteger a credibilidade do Instituto, preservar as pessoas envolvidas e garantir que as informações cheguem ao público de forma verdadeira e empática.

O que caracteriza um contexto sensível

São situações que envolvem riscos à imagem do ICMBio ou impacto direto sobre pessoas, territórios e políticas públicas. Incluem:

- Desastres naturais, acidentes ou emergências ambientais;
- Conflitos com comunidades locais ou povos indígenas;
- Casos de morte ou ferimentos de servidores, visitantes ou parceiros;
- Operações de fiscalização com repercussão pública;
- Denúncias, desinformação ou manifestações em redes sociais;
- Temas com potencial político, social ou midiático elevado.

Foto: Camila Saldanha

Como agir em contextos sensíveis

Situações que envolvem crises ambientais, acidentes, emergências, desinformação ou resistência às políticas do ICMBio exigem atenção redobrada. A prioridade é preservar a credibilidade institucional, proteger as pessoas envolvidas e garantir que as informações cheguem ao público de forma verdadeira, precisa e empática.

Em situações sensíveis, a centralização é medida de proteção às equipes locais e de preservação da precisão das informações. Trata-se de um procedimento temporário e preventivo, que não limita a autonomia cotidiana das unidades.

Em casos de desinformação ou resistência local



1. Mantenha a calma e o alinhamento.
2. Não responda individualmente a críticas em redes sociais ou grupos externos.
3. Quando houver espaço seguro para diálogo, use dados e informações oficiais.
4. Evite debates polarizados; explique o papel e os benefícios sociais e ambientais das UCs.
5. Registre e comunique internamente o ocorrido à sua chefia imediata.

Orientações gerais

1. Comunique imediatamente a CGCS.
2. Nenhuma informação deve ser publicada, respondida ou enviada à imprensa sem alinhamento prévio com a Coordenação Geral de Comunicação Social.
3. Mantenha o público interno informado. Em qualquer situação crítica, os servidores devem ser os primeiros a compreender o que está ocorrendo. A comunicação interna organizada é o primeiro passo para o controle da narrativa externa.
4. Centralize as respostas. Apenas fontes autorizadas podem falar em nome do ICMBio. O porta-voz é definido pela CGCS conforme a natureza e a gravidade do caso, de acordo com a Política de Comunicação do ICMBio.
5. Use linguagem clara e empática. Fale com serenidade, sem especulações ou julgamentos. Evite termos técnicos, siglas ou adjetivos que possam gerar ruído.
6. Compartilhe apenas informações confirmadas. Dizer “ainda estamos apurando” é mais responsável do que divulgar dados imprecisos.

Fazer (✓)	Evitar (X)
Confirmar informações com fontes oficiais	Repassar boatos ou versões preliminares
Usar tom empático e informativo	Linguagem defensiva, técnica ou fria
Centralizar a comunicação na CGCS	Responder individualmente à imprensa ou redes
Garantir sigilo e respeito às vítimas	Expor dados, imagens ou nomes sem autorização

11

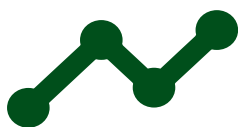
MONITORAMENTO E AVALIAÇÃO

O monitoramento da comunicação é o que mostra se as mensagens do ICMBio estão chegando às pessoas certas, com o impacto esperado. Avaliar resultados ajuda a aperfeiçoar estratégias, ajustar canais e valorizar o que funciona bem.

Mais do que números, o monitoramento é um instrumento de aprendizado. Ele permite identificar tendências, avaliar percepções e fortalecer a imagem institucional de forma contínua.



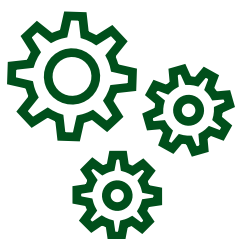
O que deve ser acompanhado



- Alcance e engajamento das publicações nas redes sociais;
- Acesso e navegação no portal Gov.br/ICMBio;
- Repercussão do Instituto na imprensa (clipping);
- Participação em eventos e campanhas;
- Feedback de públicos internos e parceiros;
- Abertura e clique em conteúdos via e-mail marketing;
- Cumprimento das regras de uso de marca e imagem.



Dica prática: Para cada ação de comunicação, defina antes o que será medido. Isso facilita o acompanhamento e a prestação de contas depois.



Ferramentas recomendadas

- **Google Analytics:** monitoramento de acessos e comportamento de usuários no portal.
- **Métricas nativas das redes sociais:** alcance, curtidas, comentários, compartilhamentos e crescimento de seguidores.
- **Relatórios de clipping:** acompanhamento da presença na mídia e análise de sentimento (positivo, neutro, negativo).
- **Formulários de feedback e enquetes internas:** percepção de servidores e pontos focais sobre os conteúdos e fluxos.

Monitorar é	Não é
Acompanhar continuamente o desempenho da comunicação	Guardar dados sem análise
Usar resultados para melhorar estratégias	Focar apenas em números
Compartilhar aprendizados com as equipes	Centralizar informações na sede

Relatórios e aprendizado contínuo

Os resultados do monitoramento devem ser consolidados em relatórios periódicos, trimestrais ou semestrais, que orientem decisões e aprimorem práticas.

Cada unidade pode enviar suas observações à CGCS, fortalecendo a inteligência coletiva da rede de comunicação do ICMBio.

Ciclo da comunicação



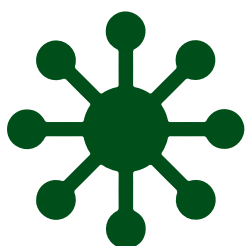
Indicadores de comunicação não servem apenas para medir, mas para entender. O que engajou? O que precisa ser ajustado? Essa escuta é o que torna a comunicação mais estratégica e próxima das pessoas.

12

CAPACITAÇÃO E REDE DE COMUNICAÇÃO

A comunicação do ICMBio é feita por muitas mãos. Fortalecer essa rede é garantir que todos os servidores, gestores e pontos focais tenham as condições e o conhecimento necessários para comunicar com qualidade, coerência e segurança.

A capacitação é um processo contínuo. Ela amplia a confiança das equipes, atualiza conhecimentos e reforça o senso de pertencimento à missão institucional.



Rede de Comunicação do ICMBio

A rede de comunicação é formada pela equipe da **Coordenação Geral de Comunicação Social (CGCS)** e pelos **pontos focais** presentes nas unidades de conservação, centros e coordenações regionais. Cada membro dessa rede é um elo que conecta informações locais à comunicação institucional.

Como a rede funciona

- A CGCS coordena, orienta e apoia tecnicamente as ações de comunicação.
- Os pontos focais alimentam a rede com informações locais, boas práticas e demandas de divulgação.
- Gestores e dirigentes atuam como porta-vozes, sempre alinhados às orientações da CGCS.
- O compartilhamento constante mantém o ICMBio falando com uma só voz.





Temas prioritários de capacitação

- Comunicação pública e linguagem acessível.
- Identidade visual e uso da marca ICMBio.
- Relacionamento com imprensa e porta-vozes.
- Gestão de redes sociais e boas práticas digitais.
- Produção de conteúdo e fotografia institucional.
- Comunicação em contextos sensíveis e gestão de crises.

Ferramentas e espaços colaborativos

- **Intranet:** canal principal para acessar orientações, templates e cursos.
- **Grupos institucionais (Teams, e-mail, listas):** trocas rápidas e compartilhamento de experiências.
- **Biblioteca digital de comunicação:** repositório de materiais de referência, vídeos e guias.
- **Cursos on-line:** formações curtas sobre temas-chave de comunicação pública.

Boas práticas de aprendizagem

Participe das formações, troque experiências com colegas de outras regiões e compartilhe o que aprendeu. A rede cresce quando o conhecimento circula.

Onde encontrar apoio

Necessidade	Quem procurar	Canal de contato
Dúvidas sobre identidade visual	CGCS	E-mail institucional
Apoio a redes sociais	Ponto focal regional	Lista de contatos na intranet
Compartilhamento de boas práticas	Rede de comunicação	Grupos institucionais

Reconhecer e valorizar a rede: A comunicação é mais forte quando reconhece quem a faz. Valorizar os esforços locais e divulgar boas práticas inspira outras equipes e reforça o orgulho de ser parte do ICMBio.



13

FAQ – PERGUNTAS FREQUENTES

1. Fluxos e Demandas de Comunicação

Preciso divulgar uma ação ou evento. Para onde envio?

Procure primeiro o ponto focal de comunicação da sua unidade. Ele avaliará se o conteúdo deve ser publicado localmente ou encaminhado à CGCS.

Posso mandar direto para a CGCS?

Sim, quando houver um tema ou pauta de interesse mais abrangente, sugerindo o assunto, com o maior detalhamento possível, pelo email comunicacao@icmbio.gov.br. Não se esqueça de seguir todos os passos descritos no capítulo 5 deste manual.

O que devo enviar?

As informações básicas: o quê, quando, onde, quem, por quê — e boas fotos em alta resolução e anexas ao email ou em uma pasta do drive.

E se for urgente?

Entre em contato com a CGCS por e-mail institucional ou telefone antes de publicar qualquer coisa.

2. Governança e Regras

Quem coordena a comunicação oficial do ICMBio?

A Coordenação Geral de Comunicação Social (CGCS), vinculada à Presidência.

Quem pode falar com a imprensa?

Apenas porta-vozes indicados pela CGCS ou pela Presidência. Servidores podem dar informações técnicas, desde que avisem a CGCS antes. Esse aviso prévio não tem caráter de autorização e sim de alinhamento institucional.

A imprensa me procurou. O que faço?

Se o tema for local, sem conteúdo sensível e dentro da abrangência da unidade ou território, atenda o jornalista e monitore a publicação. Caso ultrapasse a jurisdição de sua área, anote o nome, veículo, assunto e prazo. Em seguida, encaminhe o pedido à CGCS.

3. Crises e Temas Sensíveis

O que é um tema sensível?

Assuntos que possam gerar repercussão negativa ou risco à imagem do ICMBio (acidentes, conflitos, denúncias, desastres, etc.).

Como agir nesses casos?

Não publique nada nas redes, nem fale com jornalistas. Avise a CGCS imediatamente e aguarde orientação.

Por que centralizar a comunicação?

Porque falar com uma só voz é essencial para proteger a instituição e as pessoas envolvidas.

4. Imagens e Autorizações

Posso usar fotos de pessoas?

Sim, desde que tenha autorização — especialmente no caso de crianças.

O que mudou na norma de captação de imagens?

Não é mais necessário autorização ou pagamento para matérias jornalísticas e gravações culturais/comerciais que promovam as Unidades de Conservação.

Onde encontro o modelo de autorização?

Na intranet, aba “Comunicação e Imagem”.

5. Canais Oficiais e Redes Sociais

Podemos criar perfis da unidade nas redes?

A criação deve ser alinhada previamente com a CGCS, para garantir coerência visual e evitar duplicidades nos canais oficiais, e sempre utilizando contas institucionais.

Posso divulgar ações no meu perfil pessoal?

Pode compartilhar postagens oficiais, mas não criar conteúdo em nome do ICMBio nem usar logo ou nome institucional.

Por que esse cuidado é importante?

Porque a responsabilidade pela comunicação pública é institucional e deve ser centralizada para evitar ruídos.

6. Identidade Visual e Materiais Locais

Podemos criar folders, cartazes ou banners locais?

Sim, desde que use as logomarcas oficiais e siga o Manual de Identidade Visual.

É preciso validar antes de divulgar?

Sim. Envie o material para a CGCS revisar.

Há modelos prontos?

Sim, disponíveis na intranet, na pasta “Modelos de Comunicação”.

7. Linguagem e Tom Institucional

Como deve ser a linguagem do ICM-Bio?

Simples, respeitosa, educativa e inspiradora — sem jargões técnicos.

Podemos usar humor?

Sim, com cuidado e coerência com a missão institucional.

Qual é a frase que resume o propósito do ICMBio?

“Cuidar da natureza com as pessoas.”

8. Situações Cotidianas

Posso dar entrevista sobre uma pesquisa que coordeno?

Sim, desde que comunique antes à chefia imediata e à CGCS

O que fazer se eu vir uma notícia errada sobre o ICMBio?

Não responda diretamente. Envie o link ou print para a CGCS.

E se eu tiver dúvida sobre o que posso publicar?

Na dúvida, fale primeiro com a CGCS.

14

ANEXOS E MODELOS

As unidades têm autonomia para comunicar:

- Avisos internos e comunicados administrativos;
- Convocações e informes de interesse local;
- Eventos institucionais realizados na unidade;
- Informações sobre serviços, horários, campanhas ou resultados específicos do território.

Devem ser alinhadas previamente com a CGCS:

- Pautas com repercussão nacional ou que envolvam políticas públicas;
- Divulgação em canais institucionais de alcance nacional (site, redes sociais oficiais, imprensa);
- Manifestações ou respostas a demandas externas sobre temas sensíveis. O objetivo não é restringir, mas assegurar coerência institucional. A CGCS está disponível para orientar as unidades e apoiar na divulgação de conteúdos locais que reforcem a missão do Instituto.

Os anexos e modelos são ferramentas práticas que ajudam a aplicar o guia no dia a dia.

Esses modelos podem ser adaptados conforme a necessidade de cada unidade, mas sempre respeitando as diretrizes da Coordenação Geral de Comunicação Social (CGCS).

Os principais modelos estão disponíveis na **intranet do ICMBio** e devem ser utilizados como referência para produções internas e externas.

Lista de modelos sugeridos

- **Release** (divulgação de resultados ou eventos).
- **Nota oficial** (posicionamentos institucionais).
- **Comunicado interno** (avisos e alinhamentos).
- **Card para redes sociais** (postagens oficiais e campanhas).
- **Roteiro de entrevista** (apoio à porta-vozes e fontes técnicas).
- **FAQ – Perguntas frequentes** (para temas recorrentes e crises).



Dica rápida: Use os modelos como base. Adapte o conteúdo, mantendo o padrão institucional de linguagem e identidade visual.

Como acessar e atualizar os modelos

1. Acesse a pasta “**Modelos de Comunicação**” na intranet.
2. Baixe o arquivo correspondente ao tipo de material desejado.
3. Preencha os campos indicados (data, responsável, contato, unidade).
4. Revise e envie para validação da CGCS, quando aplicável.
5. Armazene as versões atualizadas no acervo institucional da unidade.



Mantenha os arquivos atualizados

Sempre verifique se está utilizando a versão mais recente do modelo. Atualizações podem incluir ajustes na marca, assinatura institucional ou layout.

Orientações de uso

- Mantenha uma linguagem **clara e objetiva**, sem jargões técnicos.
- Use a **logomarca oficial** e as **cores institucionais** (verdes e azuis).
- Evite fontes diferentes das indicadas: **consultar manual de marca**.
- Em cards e posts, preservar **espaços de respiro visual** e textos curtos.
- Inclua sempre a **autoria das imagens** e a **validação da CGCS** antes da publicação.

Comunicar bem é comunicar junto.



Foto: Leonardo Milano

O Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) é **responsável pela gestão das Unidades de Conservação federais e pela coordenação de 14 Centros Nacionais de Pesquisa e Conservação**. Vinculado ao Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima, o Instituto atua em todo o país, cuidando de Unidades de Conservação, promovendo pesquisa, educação ambiental e ações que unem natureza e pessoas.

A comunicação é parte essencial dessa missão. É por meio dela que o ICMBio mostra à sociedade o valor do seu trabalho, compartilha resultados e reforça a transparência nas ações públicas.

Mais do que informar, comunicar é aproximar: traduzir o conhecimento técnico em mensagens simples, dar visibilidade às boas práticas e fortalecer a confiança da sociedade na conservação da natureza. Cada servidor, gestor ou ponto focal é parte dessa rede que dá voz ao Instituto e ajuda a construir uma imagem coerente, acessível e comprometida com o interesse público.

Cuidar da natureza com as pessoas.



www.gov.br/icmbio



[/ICMBio](https://www.facebook.com/ICMBio)



[/canalicmbio](https://twitter.com/canalicmbio)



[@canalicmbio](https://www.youtube.com/canalicmbio)



[Instituto Chico Mendes De Conservacao Da Biodiversidade](https://www.linkedin.com/company/instituto-chico-mendes-de-conservacao-da-biodiversidade)



[@icmbio](https://www.instagram.com/icmbio)